

Guia



sindical de  
redacció  
de notícies



A través de la premsa, de la premsa digital, de la ràdio i/o de la televisió, tots nosaltres estem acostumats a llegir i a escoltar notícies. Ara bé, quan hem de redactar-ne, sabem com fer-ho? Aparentment, sembla una tasca fàcil, però aconseguir que aquestes notícies tinguin qualitat, despertin interès i siguin entenedores demana fer ús d'una sèrie d'eines i recursos. El material que teniu a les mans està basat en el Taller de redacció de notícies en llengua catalana, portat a terme per la Secretaria de Comunicació i Xarxes Socials i el Servei Lingüístic de CCOO de Catalunya. D'una banda, s'hi recullen qüestions de protocol, de política de comunicació i d'imatge corporativa; de l'altra, hi consten els elements específics que componen una notícia i l'estil de redacció adequat.

# La “marca” sindical



CCOO, com la majoria d'entitats i organismes, disposa d'una política de comunicació i imatge que té la funció de donar identitat i coherència a tot allò que es produeix i es difon des de l'interior del sindicat. D'emissors d'informació, n'hi ha una gran quantitat, i cal vetllar per projectar una acció sindical uniforme, unívoca i definitiva.





D'igual manera, els receptors als quals ens dirigim també són molt diversos (estructures internes, afiliats i afiliades, quadres sindicals, entitats, institucions, patronals, ciutadania en general...) i, per això, cal que allò que es digui s'adeqüi a les característiques de cada un dels destinataris. S'ha de garantir, amb el contingut i amb la forma, que les comunicacions emeses s'entendran a la perfecció.

En tot aquest procés, el paper de la Secretaria de Comunicació i Xarxes Socials de CCOO de Catalunya és clau, ja que és qui coordina totes les informacions que es transmeten. Això implica donar fe que allò que es comunica és veraç, seriós i rigorós, avalar que els codis usats són els correctes i vetllar per difondre els elements que conformen la “marca” sindical i que permeten el reconeixement immediat de l'organització.

## Característiques de les comunicacions difoses als mitjans de comunicació







La comunicació, i més específicament la de caràcter extern, fa possible que el sindicat creixi i s'arrelhi al seu entorn. Hi ha una sèrie de qüestions, però, que cal tenir en compte perquè aquesta estratègia sigui profitosa:

- 📌 El logotip general i els específics (unions territorials, federacions, organismes, etc.) són els aprovats per la Comissió Executiva i no es poden modificar ni fer versions a mida.
- 📌 La llengua de redacció ha de ser la catalana, segons consta en els Estatuts.
- 📌 En els titulars cal fer visible el nom oficial de l'entitat, que és CCOO o CCOO de Catalunya (però no CONC).
- 📌 L'interior del text és l'espai per donar protagonisme a l'organització en concret: secretaria, federació, territori, secció sindical, comitè d'empresa, etc.

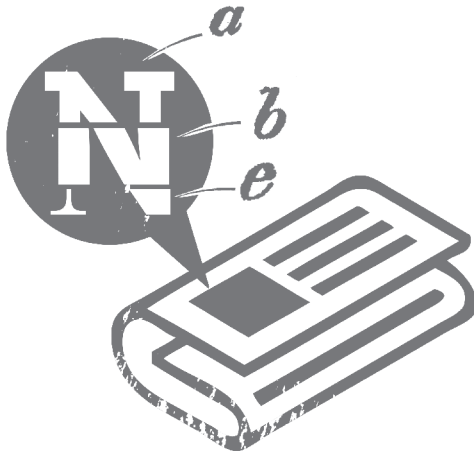
-  Hi ha d'haver un portaveu que estigui al corrent d'allò que passa des del principi fins al final del cas i amb qui els mitjans puguin contactar en cas de necessitar-ho.
-  En el moment en què es doni a conèixer un tema, periòdicament s'han d'anar donant píndoles informatives que en permetin seguir l'evolució.
-  Només cal convocar rodes de premsa en casos realment necessaris i justificats. Els documents que s'hi presentin han de ser clars i breus, i han de portar el logotip del sindicat.
-  Tot allò que es vulgui fer arribar de manera genèrica als mitjans de comunicació s'ha de donar a conèixer al Gabinet de Premsa. La funció no és controlar, sinó procurar que no es trametin informacions repetides i estar al cas per respondre, si cal, els dubtes dels periodistes. El Gabinet de Premsa no es farà mai responsable de les filtracions que, a títol personal, es facin en nom del sindicat.

## La comunicació en les mobilitzacions

Una de les característiques del sindicat és l'organització de mobilitzacions de diversa tipologia (manifestacions, concentracions, actes, jornades, etc.). En aquests casos també hi ha un protocol que és necessari seguir per aconseguir tenir veu i ressò en allò que es reivindica:

-  Hi ha d'haver una persona que es dediqui exclusivament a atendre els mitjans de comunicació per facilitar-los la feina.
-  És necessari que algú s'encarregui d'assegurar la presència de la imatge gràfica del sindicat a través de diferents elements (gorres, banderes, adhesius, pancartes, globus, etc.). Cal que, abans de la mobilització en concret, aquest encarregat es posi en contacte amb la Secretaria de Comunicació i Xarxes Socials per confirmar que el material estarà disponible.
-  Cal que una persona (o un parell) actuï com a portaveu del sindicat i faci les declaracions pertinents.
-  El llenguatge usat per aquest portaveu ha de ser clar, concís i directe. Els talls que agafen els mitjans de comunicació són molt breus i cal assegurar-se que reflecteixen allò que realment és important.
-  Si es dona material escrit, aquest també ha de tenir un redactat entenedor i la presentació ha de ser acurada. Per descomptat, cal que s'hi inclogui el logotip del sindicat.
-  Cal tenir un tracte cordial amb els periodistes i proporcionar-los el que necessitin per fer la seva feina. D'aquesta manera, a més, hi ha la possibilitat que aquests donin cobertura a temes futurs que interressi destacar.

# Estructura d'una notícia



Si bé és cert que cada mitjà de comunicació té unes característiques concretes, totes les notícies han de tenir una estructura que, en el món del periodisme, es coneix com a **piràmide invertida**. És a dir, primer cal posar la informació més rellevant. D'aquesta manera ens assegurem que els lectors que només llegeixen una part de la notícia n'obtenen les dades més destacades.

Les parts que ha de tenir una notícia són les següents:

- 1. Titular.** És el primer contacte que tenim amb la notícia, ja que ens la identifica, i ha de ser clar, entenedor, breu i directe. S'acostuma a dir que titular és una de les tasques més difícils i complexes del procés de producció d'una notícia, ja que ha de combinar dos aspectes fonamentals: donar el màxim d'informació i fer-ho en un espai comprimit, prèviament marcat. Per tant, cal condensar les dades en els termes exactes.

Una tècnica que ens pot ajudar abans d'escriure un titular és plantejar-nos tres preguntes clau: què és notícia en aquest text?; què és el que la diferencia d'altres notícies? i què és allò que més interessarà el receptor?

De vegades també podem complementar el títol amb un **subtítol**.

- 2. Entrada o lead.** El primer paràgraf de la notícia, és a dir el que conté la informació més rellevant, ha de respondre a les **sis w**: què (*What*), qui (*Who*), com (*how*), quan (*When*), on (*Where*) i per què (*Why*).

- El **què** implica els esdeveniments, les accions i les idees dels quals informarà la notícia.
  - El **qui** és el protagonista o protagonistes, els seus antagonistes i, en definitiva, tots els personatges que apareixen a la notícia.
  - El **com** descriu les circumstàncies i les modalitats dels fets.
  - El **quan** situa l'acció en un temps concret i n'assenyala l'inici, la durada i el final.
  - L'**on** delimita l'espai on s'han desenvolupat els fets.
  - El **per què** explica al receptor les raons que han motivat l'esdeveniment, els seus antecedents, etc. A més, en molts casos introdueix elements de valoració que superen la simple descripció dels fets.
- 3. Cos.** És on s'exposa, de manera ordenada, detallada i de més a menys importància, el contingut de la notícia, que ja s'ha reflectit en l'entrada. Acostuma a redactar-se en paràgrafs:
- Material explicatiu (elaboració de la idea A, és a dir de l'entrada).
  - Material secundari (subtemes).
  - Informació contextual (*background*).
  - Més elaboració de la idea A.
- 4.** També s'hi poden incloure **altres elements**, com ara vídeos, imatges, enllaços, etc.

## Qüestions estilístiques

Quan redactem una notícia, les paraules, i per tant la llengua, hi tenen un paper fonamental. És important fer algunes consideracions respecte d'aquest tema, ja que hi ha formes que són molt més recomanables que d'altres:

- ✎ Les frases han de ser curtes i, sempre que sigui possible, han de respectar l'ordre lògic, és a dir subjecte + verb + complements verbals.
- ✎ Les frases han de ser simples. L'ús de les subordinades ha de ser restringit perquè dificulta la comprensió del contingut. Tampoc no és recomanable fer servir incisos.
- ✎ S'ha d'apostar per un llenguatge no sexista de la llengua. I aquest mateix criteri també s'ha de tenir en compte en les imatges, en els dibuixos, en les fotografies, etc. que es facin servir.

- ❖ S'ha de ser curós amb l'ús de la puntuació. Posar una coma o un punt en un lloc inadequat pot arribar a canviar el sentit de la frase. A més, no cal deixar espais abans d'aquests signes.
- ❖ Com a norma general no es pot posar mai una coma entre el subjecte i el verb ni entre el verb i els seus complements.
- ❖ En un titular no es pot usar el punt i seguit, i tampoc no es pot acabar amb un punt i final.
- ❖ Les estructures verbals són més entenedores que les estructures nominals.
- ❖ Les estructures afirmatives són més aclaridores que les estructures negatives, que, de vegades, poden portar a confusions.
- ❖ Cal usar la veu activa i no la passiva.
- ❖ Els verbs presents, o futurs, donen actualitat a la notícia.
- ❖ S'han de donar a conèixer els subjectes de les accions.
- ❖ Cal evitar les opinions i els judicis de valor, i sempre s'ha d'apostar per l'objectivitat. Tampoc no es poden fer personalitzacions.
- ❖ L'ús de cites amb estil directe dóna més agilitat i dinamisme al text. D'aquesta manera s'augmenta el contacte entre el públic i els protagonistes de la informació i aporta més credibilitat a la notícia, ja que el lector té la impressió que s'elimina la mediació del periodista. Quan això no sigui possible, s'ha de fer ús de la cita indirecta. Aquí el periodista no reproduïx textualment les paraules del personatge noticiable, sinó que les explica, normalment a través de les formes "ha dit que...", "ha afirmat que...", "ha afegit que...", etc.
- ❖ No s'han d'usar paraules buides d'informació. Tampoc no és recomanable l'ús de col·loquialismes ni de vulgarismes. Així mateix, cal tenir cura amb els tecnicismes.
- ❖ Cal fer ús dels sinònims, ja que repetir paraules empobreix molt el text.
- ❖ Cal anar amb compte amb les sigles. No se n'ha de fer un abús, i quan aquestes no siguin gaire conegudes s'han de desglossar.
- ❖ No s'ha d'abusar dels adverbis acabats en -ment, ja que fan molt feixuga la lectura de la notícia.
- ❖ Cal seguir el format que es proposa des de la Secretaria de Comunicació i Xarxes Socials, és a dir fer servir un tipus i una mida de lletra estàndards. En cas contrari, les notícies es visualitzen malament i no queda una imatge unificada.
- ❖ Llevat que sigui per un cas molt justificat, no es pot usar la negreta, ni els subratllats ni les majúscules a dins d'una notícia, ja que la converteixen més en un esbrossat que no pas en un text formal.

## **Servei central**

Via Laietana, 16, 7a planta  
08003 Barcelona  
Tel.: 93 481 29 10  
sl@ccoo.cat

## **Terres de Lleida**

Av. Catalunya, 2  
25002 Lleida  
Tel.: 973 26 36 66  
sl-lleida@ccoo.cat

## **Comarques gironines**

C/ Miquel Blay, 1, 5a planta  
17001 Girona  
Tel.: 972 21 73 03  
sl-girona@ccoo.cat  
  
Av. República d'Argentina, s/n  
17800 Olot  
Tel.: 972 26 00 94

[www.ccoo.cat/sl](http://www.ccoo.cat/sl)



**servei lingüístic**



**secretaria de comunicació  
i xarxes socials**

Amb el suport de:

---



Generalitat de Catalunya  
**Departament de Cultura**